**COMMUNIQUÉ DE PRESSE**

Levallois, le 25 mars 2016

Mediametrie

# Audience Internet Ordinateur en France en février 2016

## 10,4 millions de Français sur les sites d'assurance

En février 2016, 10,4 millions d'internautes se sont rendus au moins une fois sur un site d'assurance depuis leur ordinateur, soit plus d'1 internaute sur 5 (21,7%). Cela représente 1,1 million de visiteurs uniques supplémentaires par rapport à février 2015 (+11,6%).

Les CSP+ sont particulièrement intéressés par les sites de la catégorie « Assurance » : ils étaient 4,2 millions à les avoir consultés en février, soit près d'1 internaute CSP+ sur 3. Alors qu'ils représentent 27,3% de la population internaute, ils composent 40,4% de l'audience de la catégorie.

Au quotidien, 846 000 internautes se sont connectés à au moins un site d'Assurance depuis leur ordinateur en février 2016. Ils sont plus nombreux la semaine que le weekend : 953 000 internautes en moyenne par jour en semaine contre 565 000 le weekend. Le lundi est le jour de prédilection des internautes avec près d'1 million de visiteurs uniques en moyenne. A l'inverse, près de deux fois moins d'individus se rendent sur ces sites le dimanche (525 000 en moyenne).
Les internautes y consacrent également plus de temps la semaine : 7 minutes et 41 secondes en moyenne par jour, soit 2 minutes de plus que le weekend (5 minutes et 30 secondes).

En février 2016, la MSA arrive en tête des sites d'assurance les plus consultés avec 889 000 visiteurs uniques mensuels. Elle est suivie des sites mgen.fr et AXA.fr avec respectivement 825 000 et 770 000 visiteurs uniques dans le mois.

**Top 5 des sites de la sous-catégorie « Assurance » en février 2016**

| Rang | Marques | Nombre de visiteurs uniques mensuels | Nombre moyen de visiteurs uniques quotidiens |
|---|---|---|---|
| 1 | MSA | **889 000** | 78 000 |
| 2 | mgen.fr | **825 000** | 51 000 |
| 3 | AXA.fr | **770 000** | 79 000 |
| 4 | MACIF | **741 000** | 63 000 |
| 5 | Lelynx.fr | **730 000** | 31 000 |

Source : Mediametrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications Internet incluses – France – février 2016 – Base : 2 ans et plus – Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

## Le Top 50 des Groupes les plus visités en France

| Rang | Groupes | Visiteurs Uniques par mois |
|---|---|---|
| 1 | Google | 41 771 000 |
| 2 | Microsoft | 35 929 000 |
| 3 | Facebook | 26 426 000 |
| 4 | Groupe Figaro CCM Benchmark | 24 155 000 |
| 5 | Webedia | 20 915 000 |
| 6 | Orange | 19 662 000 |
| 7 | Solocal Group | 18 906 000 |
| 8 | Amazon | 17 973 000 |
| 9 | Schibsted | 17 833 000 |
| 10 | Vivendi | 16 999 000 |
| 11 | Groupe Lagardere | 16 618 000 |
| 12 | Wikimedia Foundation | 16 103 000 |
| 13 | Iliad | 15 181 000 |
| 14 | M6 | 14 026 000 |
| 15 | Groupe Auchan | 12 642 000 |
| 16 | Groupe Le Monde | 12 485 000 |
| 17 | Yahoo | 12 119 000 |
| 18 | Prisma Media | 11 763 000 |
| 19 | Groupe Casino | 11 756 000 |
| 20 | La Poste | 11 701 000 |
| 21 | Groupe Credit Agricole | 11 362 000 |
| 22 | auFeminin | 10 666 000 |
| 23 | eBay | 10 592 000 |
| 24 | francetélévisions | 10 465 000 |
| 25 | Groupe TF1 | 9 919 000 |
| 26 | Groupe Numericable - SFR | 9 914 000 |
| 27 | Association VideoLAN | 9 556 000 |
| 28 | Ministere de l Education Nationale | 9 539 000 |
| 29 | Altice Media Group | 9 236 000 |
| 30 | Gouvernement Francais | 9 107 000 |
| 31 | Next Radio TV | 9 082 000 |
| 32 | Fnac | 8 993 000 |
| 33 | Apple Computer | 8 850 000 |
| 34 | Carrefour | 8 426 000 |
| 35 | SNCF France | 8 103 000 |
| 36 | Mondadori | 7 539 000 |
| 37 | Assurance Maladie | 7 160 000 |
| 38 | Meteo France | 6 635 000 |
| 39 | Societe Generale | 6 599 000 |
| 40 | Groupe Le Parisien | 6 569 000 |
| 41 | 20 Minutes France | 6 388 000 |
| 42 | OTTO | 6 351 000 |
| 43 | Pole Emploi | 6 249 000 |
| 44 | Kingfisher | 6 018 000 |
| 45 | PriceMinister | 5 967 000 |
| 45 | Michelin | 5 967 000 |
| 47 | Groupe Amaury | 5 601 000 |
| 48 | Caisse Nationale Allocations Familiales CNAF | 5 589 000 |
| 49 | Twitter | 5 484 000 |
| 50 | Ministere de l Economie des Finances et de l Industrie | 5 424 000 |

Source : Mediametrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications Internet incluses – France – février 2016 – Base : 2 ans et plus – Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

# COMMUNIQUÉ DE PRESSE

mediametrie // NetRatings

Audience Internet Ordinateur en France en février 2016

## Le Top 50 des Sites les plus visités en France

| Rang | Marques | Visiteurs uniques par mois | Visiteurs uniques par jour |
|---|---|---|---|
| 1 | Google | 40 780 000 | 16 178 000 |
| 2 | Facebook | 26 318 000 | 8 111 000 |
| 3 | Microsoft | 25 256 000 | 3 755 000 |
| 4 | YouTube | 23 478 000 | 4 201 000 |
| 5 | Orange - T | 18 382 000 | 4 938 000 |
| 6 | Leboncoin.fr - TS ACPM | 17 833 000 | 3 005 000 |
| 7 | Amazon | 17 733 000 | 1 999 000 |
| 8 | Windows Live | 16 230 000 | 2 851 000 |
| 9 | Wikipedia | 15 836 000 | 1 764 000 |
| 10 | Skype | 15 130 000 | 4 636 000 |
| 11 | PagesJaunes | 14 990 000 | 1 303 000 |
| 12 | Free | 14 571 000 | 1 714 000 |
| 13 | Cdiscount | 10 789 000 | 915 000 |
| 14 | Yahoo - T | 10 651 000 | 2 574 000 |
| 15 | Blogger | 10 546 000 | 823 000 |
| 16 | France Televisions - TS ACPM | 10 465 000 | 955 000 |
| 17 | CommentCaMarche - TS | 9 934 000 | 624 000 |
| 18 | Le Figaro - TS ACPM | 9 598 000 | 911 000 |
| 19 | Videolan | 9 548 000 | 1 552 000 |
| 20 | Dailymotion - TS | 9 315 000 | 692 000 |
| 21 | SFR | 9 274 000 | 1 746 000 |
| 22 | Linternaute.com - TS | 8 971 000 | 564 000 |
| 23 | Outlook (Outlook.com) | 8 962 000 | 2 137 000 |
| 24 | Fnac | 8 902 000 | 662 000 |
| 25 | Apple | 8 846 000 | 983 000 |
| 26 | MSN - T | 8 712 000 | 1 834 000 |
| 27 | AlloCine - TS | 8 693 000 | 686 000 |
| 28 | OverBlog | 7 980 000 | 524 000 |
| 29 | eBay | 7 908 000 | 1 003 000 |
| 30 | Bing | 7 903 000 | 1 245 000 |
| 31 | Le Monde - TS ACPM | 7 665 000 | 790 000 |
| 32 | Mappy | 7 573 000 | 529 000 |
| 33 | Marmiton - TS | 7 312 000 | 454 000 |
| 34 | Credit Agricole | 7 304 000 | 1 381 000 |
| 35 | Assurance Maladie | 7 155 000 | 643 000 |
| 36 | MYTF1 - T | 6 986 000 | 557 000 |
| 37 | Le Journal des Femmes - TS | 6 807 000 | 412 000 |
| 38 | Meteo France - TS | 6 635 000 | 780 000 |
| 39 | Tele Loisirs - TS ACPM | 6 569 000 | 927 000 |
| 39 | Le Parisien - TS ACPM | 6 569 000 | 524 000 |
| 41 | 20minutes.fr - TS ACPM | 6 388 000 | 531 000 |
| 42 | Voyages-Sncf.com | 6 344 000 | 466 000 |
| 43 | Pole Emploi | 6 240 000 | 712 000 |
| 44 | Doctissimo - TS ACPM | 6 219 000 | 372 000 |
| 45 | LA POSTE | 6 127 000 | 960 000 |
| 46 | L Express.fr - TS ACPM | 5 833 000 | 400 000 |
| 47 | BFM TV - TS ACPM | 5 828 000 | 404 000 |
| 48 | L Obs - TS ACPM | 5 823 000 | 437 000 |
| 49 | PriceMinister | 5 809 000 | 476 000 |
| 50 | Service-Public.fr - TS ACPM | 5 734 000 | 363 000 |

Source : Mediametrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications Internet incluses – France – février 2016 – Base : 2 ans et plus - Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

## Définitions et méthodologie

**Groupe ou Parent (P)** : Le Parent est un niveau qui consolide l'audience d'un ensemble de marques (Brand). Il est important de noter qu'une brand ne peut être comptabilisée que dans un seul Parent.

Le Parent est la société qui est l'actionnaire principal des brands (et non des URLs) qui lui sont rattachées.

**Marque ou Brand (B)** : La Brand est le niveau « marque ». Une brand est un agrégat de domaines, de sous-domaines et/ou de pages identifiés par un même logo de façon cohérente et homogène.

**Channel (C)** : Le Channel désigne une thématique/chaîne. Il rassemble les contenus d'une marque qui ont une même thématique. Ce niveau est un sous-ensemble d'URLs de la Brand recoupant la même thématique (exemple : news, mail, etc.).

**Visiteurs Uniques par mois** : Nombre total d'individus ayant visité un groupe ou un site au moins une fois pour le mois concerné quel que soit leur lieu de connexion : domicile, travail, autres lieux. Les individus ayant visité le même groupe (ou le même site) plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois.

**Visiteurs Uniques par jour** : Nombre d'individus ayant visité un site au moins une fois au cours d'une journée moyenne pour le mois concerné. Les individus ayant visité le même site plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois pour cette journée.

**Application Internet** : Une application Internet regroupe tout fichier « .exe » repéré par le logiciel et qui a été créée pour être utilisée avec Internet.

- Exemples d'applications Internet : applications de messageries instantanées, applications de lecteurs de contenu audio/vidéo, applications de partage de fichiers média…

- Exemples d'applications non Internet : les logiciels basiques (traitement de texte, logiciels de base de données, etc.), les programmes d'installation, les systèmes d'exploitation ou autres logiciels systèmes (impression, etc.).

La mesure d'audience des sites Internet est hybride depuis les résultats du mois d'août 2012. Une notification accompagne le nom des Brands :

- les acteurs ayant participé à la mesure par l'implémentation d'un **T**ag sur au moins 50 % de leur périmètre sont notifiés d'un « **T** »
- les acteurs dont le périmètre est intégralement taggé sont notifiés d'un « **TS** » (pour **T**aggé 100 % **S**ite-Centric)
- les acteurs dont le périmètre est intégralement taggé et certifié par l'**ACPM*** sont notifiés d'un « **TS ACPM** »

* ACPM : Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias, fusion de l'OJD et d'Audipresse.

### La mesure de l'Audience Internet Ordinateur

La mesure de l'Audience Internet Ordinateur s'appuie sur le Panel France de Mediametrie//NetRatings, un échantillon de 20 000 individus, recrutés par téléphone et sur Internet, représentatif de la population des internautes français sur ordinateur âgés de 2 ans et plus, résidant en France et disposant d'un accès Internet à domicile et / ou sur le lieu de travail. La mesure de l'Audience Internet Ordinateur est hybride depuis les résultats d'août 2012. Unique et innovante, la méthodologie hybride consiste à enrichir les données du panel Mediametrie//NetRatings par des données site-centric issues des mesures certifiées par l'ACPM, de la mesure eStat et d'un tag light proposé aux acteurs ne disposant pas d'une mesure site-centric certifiée. Les informations d'audience et d'usage Internet sur ordinateur sont disponibles mensuellement sur plus de 8 000 sites, par cible (les femmes, les jeunes, les seniors, les cadres...), par catégorie de sites (sites d'actualités, sites e-commerce, sites de voyages...) et par lieu de connexion (domicile, lieu de travail, domicile et travail ou tous lieux de connexion).

### *A propos de Médiamétrie et Mediametrie//NetRatings*

*Leader des études médias, Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public et les tendances du marché. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, l'Internet, le Cinéma, le Téléphone Mobile, la Tablette et le Cross-Médias. En 2014, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 82,4 M€.*

*Mediametrie//NetRatings est la société créée et détenue conjointement par Médiamétrie et Nielsen. Mediametrie//NetRatings développe et commercialise en France les mesures de référence de l'audience Internet et de l'efficacité online.*

*Web : www.mediametrie.fr*
*Twitter : www.twitter.com/Mediametrie*
*Facebook : www.facebook.com/Mediametrie*

**Contact Presse :**
*Benoit David*
Tél : 01 71 09 93 18
bdavid@mediametrie.fr